

FRANCESCA R. RECCHIA LUCIANI E BARBARA HENRY

IL “GIOCO” DELLA CULTURA NEL MONDO G-LOCALE TRA CRISI E PROSPETTIVE

1. La cultura tra umanesimo e crisi (F. R. R. L.)

Nel suo recente *Non per profitto*, Martha Nussbaum, partendo dalla constatazione che stiamo vivendo una «crisi di proporzioni inedite e di portata globale [...]: la crisi mondiale dell'istruzione»¹, sottolinea come quella rincorsa al profitto in ogni campo che ha contagiato anche i regimi politici più democratici produce come conseguenza catastrofica la distruzione dei valori intrinseci che alimentano la democrazia incarnata in una società e che sono il portato di una cultura umanistica praticata e condivisa.

«[...] ci stiamo dimenticando dell'anima, di cosa significa per il pensiero uscire dall'anima e unire la persona al mondo in una maniera ricca, sottile e complessa; ci stiamo dimenticando cosa significa considerare un'altra persona come un'anima, anziché come un mero strumento utile, oppure dannoso, per il conseguimento dei propri progetti; di cosa significa rivolgersi, in quanto possessori di un'anima, a qualcun altro che si percepisce come altrettanto profondo e complesso».

«[...] Quando ci troviamo in società, se non abbiamo imparato a vedere noi stessi e gli altri in questo modo, a immaginare le reciproche capacità di pensiero ed emozione, la democrazia è destinata a cadere, perché è costruita sul rispetto e la cura, e questi a loro volta sono costruiti sulla capacità di vedere le altre persone come esseri umani, e non come oggetti»².

Questa visione fondata sull'empatia, sullo scambio conoscitivo tra persone e sulla convinzione che esista un sostrato antropologico a fondamento delle comunità è, per l'appunto, il frutto di una cultura umanistica alimentata, coltivata e sviluppata nella sfera pubblico-politica. La crescente esclu-

¹ M. Nussbaum, *Non per profitto. Perché le democrazie hanno bisogno della cultura umanistica*, trad. it. il Mulino, Bologna 2011, p. 21.

² Ivi, p. 25.

sione dall'agenda politica delle infinite varianti in cui la cultura umanistica si manifesta e la sua espulsione dagli ambiti vitali dell'economia stanno, per converso, producendo il suo progressivo e continuo decadimento, relegandola in forme statiche di museificazione che finiscono per corrispondere ad una neutralizzazione delle sue capacità trasformative sulla società e sui singoli. Essa viene ridimensionata, messa in sordina e il suo ruolo di motore attivo di mutamento e di crescita viene reso inerte o annullato in vista di processi rapidi e invasivi che hanno come unico ed esclusivo obiettivo il profitto, divinità assolutista e tirannica che ha cancellato e rimpiazzato tutte le altre.

Le numerose criticità che nel tempo presente, come diretta conseguenza della crisi economica, investono la cultura di tipo umanistico e le arti hanno un impatto grave e durevole sia sulla tenuta morale delle comunità e dei suoi singoli membri che sulla bellezza dei luoghi che gli esseri umani abitano nel mondo contemporaneo, dunque tanto sul significato etico delle loro azioni che sul senso estetico che sono messi in grado di coltivare.

Tutto ciò, però, non accade per caso, non è una fatalità determinata dalla scarsità delle risorse economiche. È il risultato, piuttosto, di una precisa scelta politica dei governi, anche dei più democratici, che nella loro piatta ma entusiastica conversione alla logica mercantile dello sviluppo per lo sviluppo, del progresso economico come solo fattore significativo di crescita di una nazione o di una società, incarnato dalla dittatura del PIL, scelgono di limitare al massimo l'influenza della cultura umanistica e delle arti nei processi di formazione e istruzione dei propri cittadini, e lo fanno al preciso scopo di lasciarli in una condizione di sottomissione che ne favorisca il controllo.

Ma i partigiani della crescita economica non si limitano a ignorare le arti. Essi le temono. Infatti, la sensibilità simpatetica coltivata e sviluppata è un nemico particolarmente pericoloso dell'ottusità, e l'ottusità morale è necessaria per realizzare programmi di sviluppo economico che ignorano le disuguaglianze³.

C'è, dunque, un preciso disegno a sottendere le scelte di politica economica dei paesi democratici di tutto il mondo (Nussbaum fa riferimento agli USA, ma anche all'India e al Sudafrica, e noi lo sperimentiamo ormai da tempo anche in Italia) che è vistosamente orientato a mortificare, nell'ambito dell'istruzione e della ricerca, gli studi umanistici e l'acquisizione di culture non specialistiche o strettamente tecnologico-scientifiche, allo scopo di rendere socialmente innocui e politicamente impotenti i propri cittadini.

Membri della comunità sociale sempre più specializzati in micro-competenze, meno istruiti in senso generale, meno moralmente accorti, meno politicamente vigili equivalgono a cittadini più controllabili all'interno di forme di democrazia partecipativa a basso contenuto etico-critico. Le riforme scolastiche e universitarie che si vanno accavallando in modo apparen-

³ Ivi, p. 40.

temente frammentato e disordinato, la penalizzazione economica ad ampio raggio di tutte le attività culturali ed artistiche, la mortificazione professionale e retributiva degli intellettuali, degli insegnanti, degli operatori e dei lavoratori del comparto Cultura che negli ultimi anni hanno massicciamente attaccato questi ambiti nel nostro e in altri Paesi rispondono ad una logica mercantile del profitto brutalmente applicata alla società nel suo complesso, cui contemporaneamente si impedisce di crescere ad altri livelli.

Tutto ciò sta, tuttavia, provocando un vistoso declino soprattutto di quei Paesi, come il nostro, che, diversamente dall'India o dagli USA, non possono contare su un'evoluzione tecnologica rilevante (anche perché hanno da tempo rinunciato ad investire anche in questo settore) e dovrebbero piuttosto valorizzare il proprio patrimonio storico, culturale e paesaggistico, rimasto di fatto l'unico giacimento aureo in grado di fornire energia allo sviluppo. La diagnosi del tempo presente invece illustra un'Italia che, disinvestendo sempre più su una grande ricchezza ambientale e culturale, appare stretta nella morsa di un inarrestabile declino, di una progressiva e generalizzata degenerazione del sistema produttivo, morale, politico e culturale, in cui il problema immediatamente rilevante è quello di individuare ricette e terapie d'attacco per frenare e contrastare tale degrado⁴.

Occorre però fornire una precisazione filosofico-teoretica relativa alle forme in cui si manifesta questo avanzante decadimento culturale: non è difficile prendere atto di un ottundimento morale, di uno stordimento collettivo e delle masse, di un'omologazione e di una banalizzazione crescente della loro generale informazione, nonché dell'indebolimento strutturale dell'attrezzatura culturale a loro disposizione. Anzi, la sensazione diffusa è che ci si trovi immersi in una apparente società della conoscenza che nondimeno mostra preoccupanti elementi di vero e proprio abbruttimento massmediatico, fenomeni che certamente necessitano di una *critica della cultura di massa*, ma che tuttavia ci vedono fermamente contrari a ogni forma di demonizzazione di quelle stesse espressioni culturali, proprio in quanto esse manifestano istanze del contemporaneo non sopprimibili⁵.

⁴ Il fatto che in un volume del 2005 si trovino una serie di interessanti «ricette per uscire dal declino» italiano – tra cui quella che, additando l'Università italiana come «un sistema che respinge i "cervelli"» suggerisce trasformazioni radicali che investano proprio sulla capacità attrattiva di talenti, sia locali che internazionali, che costituiscono la linfa vitale dello sviluppo di tanti Paesi, anche tra quelli emergenti –, dimostra non solo che tale declino è ormai in atto da tempo, ma, soprattutto, come non sia stato fatto praticamente nulla finora per contrastarlo (Si veda T. Boeri, R. Faini, A. Ichini, G. Pisauro, C. Scarpa (a cura di), *Oltre il declino*, il Mulino, Bologna 2005).

⁵ Lungo questa traiettoria, e a partire da questa idea comune, muove l'analisi degli autori dei saggi su alcuni prodotti di grande successo dell'attuale cultura di massa (dal *reality show* "Grande Fratello" alla serie tv "Sex and the City", passando per Michael Jackson o per il kolossal "300") che compaiono in S. Ragazzoni (a cura di), *Pop Filosofia*, Il nuovo melangolo, Genova 2010. Il curatore, nel suo Prologo a questo volume, rivendica la dignità filosofica di un'operazione decostruttiva operata su questi ambiti così significativi nell'orizzonte della contemporaneità, che impegnano gli intellettuali a interrogarsi in modo radicale sulla *pop culture*, sulla sua diffusione, sul suo significato, sul suo impatto sugli stili di vita. Obiettivo analitico che condivido e che ho cercato di esplicitare nel mio contributo a questo volume col saggio "Sex and the City. Indizi per

Già in un denso saggio del 1960, “La crisi della cultura: nella società e nella politica”, Hannah Arendt, la cui analisi peraltro si muoveva nel solco tracciato dalla Scuola di Francoforte e in particolare da Horkheimer e Adorno, ribadiva quanto già affermato dai due maestri nella *Dialettica dell'illuminismo* (1947), sostituendo l'espressione «industria culturale» con il sintagma «cultura di massa», vale a dire con un concetto che includeva *in nuce* l'idea stessa di un «rapporto profondamente problematico tra cultura e società», una relazione che ella declina in termini di «antagonismo»⁶.

I due filosofi francofortesi avevano già rilevato come l'“industria culturale”, tipica del sistema capitalistico, aveva del tutto annullato il potenziale rivoluzionario contenuto nella cultura intesa come critica allo *status quo* sociale e sua logica contrapposizione dialettica. L'“industria culturale”, era la loro conclusione, produce consenso, obbedienza, sottomissione alla logica del consumo di massa che diviene principio dominante dell'esistente; sono le ferree leggi economiche del mercato che trasformano definitivamente gli spettatori e i fruitori di quei prodotti culturali massificati in meri consumatori, gli intellettuali e gli artisti in puri e semplici lavoratori asserviti all'organizzazione industriale, le opere d'arte in null'altro che merci.

Infatti, giungevano a sostenere i due filosofi, gli unici residui individualistici che permangono all'interno di una cultura così prodotta vengono utilizzati strumentalmente per rafforzare l'illusione che di opere d'arte si tratti e non di merci. L'industria culturale non è allora, per Horkheimer e Adorno, un prodotto della tecnologia o dei mezzi di comunicazione di massa, bensì essa rappresenta la forma ultima del liberalismo e l'espressione più pura degli interessi economici del capitalismo, funzionando a tutti gli effetti, tramite la costante manipolazione, falsificazione ed edulcorazione della realtà, come luogo di costruzione del consenso e di legittimazione del potere costituito⁷.

Ciò che i due francofortesi avevano intuito così precocemente è ora confermato platealmente dalle modalità di funzionamento e dall'estensione/pervasività delle dinamiche poste in essere dall'odierna industria culturale, vale a dire che l'*amusement*, il divertimento, e la ripetizione, cioè la serialità, connotano i prodotti dell'industria culturale, ma al contempo li pervertono, li trasformano in veicoli di acquiescenza e di controllo sociale attraverso modelli con palese valenza esemplarista, incarnati in stili di vita prima proposti e poi di fatto imposti attraverso forme più o meno occulte di persuasione finanche a livello globale. Di qui ad una totale e rassegnata rinuncia alla critica, ad un'accettazione passiva del reale identificato *tout court* col razionale, e dunque con l'accettabile, l'ammissibile, se non

un'erotica contemporanea” (ivi, pp. 228-47), al quale mi permetto di rinviare in quanto esempio di analisi critica di un prodotto tipico della cultura di massa globalizzata contemporanea.

⁶ H. Arendt, “La crisi della cultura: nella società e nella politica”, in Ead., *Tra passato e futuro*, trad. it. Garzanti, Milano 1999, p. 257 e p. 260.

⁷ M. Horkheimer e T. W. Adorno, *Dialettica dell'illuminismo*, trad. it. Einaudi, Torino 1966, pp. 130 e sgg.

addirittura il giusto e l'inevitabile, il passo è brevissimo. Non a caso la contemporanea cultura di massa tende a sconfinare e a confondersi con la pubblicità, sia sul piano delle tecniche che dei contenuti, poiché entrambe mirano a rafforzare il primato dell'effetto a discapito del senso. La conseguenza perversa più eclatante del diffondersi di modelli culturali di massa è che le espressioni sane della soggettività e dell'autorealizzazione tendono a scomparire a discapito del perseguimento di forme stereotipiche, puramente imitative o di modelli d'identificazione che coincidono con profili del tutto assimilabili a quelli che producono successo mediatico.

Non si tratta di lamentare la perdita dell'"aura" da parte della cultura o dell'arte, denuncia mossa sicuramente con maggior senso ed efficacia già negli anni Trenta da Benjamin che coglieva lo specifico aspetto delle culture di massa legato all'emergente riproducibilità tecnica delle proprie produzioni⁸. Le opere artistiche e intellettuali contemporanee hanno smesso da tempo di aspirare ad un'inarrivabile "sacralità", a quella dimensione "culturale" che per Benjamin connotava la grande arte del passato, ma che inevitabilmente la consegnava ad una dimensione elitaria ed escludente. La cultura in generale oggi è disseminata, più democratica e maggiormente fruibile da un numero molto ampio di persone, ma è al contempo massificata, nella misura in cui ha una rilevante incidenza politica sulle loro esistenze, trasformandone e plasmandone sotto forma di disciplinamento e di omologazione gli stili di vita, i linguaggi, i comportamenti, i gusti, le relazioni con gli oggetti e con gli altri. Il rischio delle produzioni artistico-culturali presenti, soprattutto quando si allineano al conformismo imperante, è la destituzione di ogni altro senso alternativo, la disarticolazione di qualsiasi atteggiamento autenticamente indipendente, la rinuncia al dissenso e alla decostruzione riflessiva a vantaggio di un'uniformazione crescente del messaggio veicolato e, in definitiva, di un livellamento acritico delle idee, con la fatale conseguenza che l'odierna industria culturale finisce per generare esclusivamente profitto e perpetuazione del potere.

In questo orizzonte possiamo affermare che ad un'apparente proliferazione e propagazione delle produzioni culturali o paraculturali in età contemporanea che, oltre a occupare gli spazi vitali che sono loro propri, incrociano costantemente i luoghi delle masse attraverso gli strumenti della comunicazione televisiva o digitale, ampliando a dismisura tanto la schiera dei produttori quanto la platea dei fruitori, corrisponde un indebolimento strutturale della cultura intesa come strumento interpretativo-critico della realtà, vale a dire, la sua funzione ermeneutica e trasformativa. Questa tendenza, incrociando i drastici tagli che affliggono il comparto "cultura" e che rispondono a precise scelte politiche non casuali, e anzi legittimate e legittimanti rispetto ai valori propugnati dalle correnti ideologie conservatrici, produce effetti catastrofici sul tipo di produzione culturale che viene

⁸ W. Benjamin, *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, trad. it. Einaudi, Torino 2000.

di fatto promossa e incentivata. Infatti, mentre le forme innovative di creatività artistico-culturale, nelle loro più differenziate e poliedriche espressioni, si moltiplicano sul web e nelle reti, quel che viene finanziato lautamente dall'industria cultural-televisiva è ciarpame mediatico e/o facile intrattenimento spacciato per prodotto artistico (le fiction televisive, per esempio), alimentando per di più, attraverso il mito del successo facile e rapido, espressioni dominanti di individualismo di massa e un'adesione incondizionata ed entusiasta dei singoli alla invasiva “società dello spettacolo”.

La cultura intesa come “valore”, anzi quel che gli economisti chiamano «il capitale cultura»⁹, nell'inarrestabile processo di sviluppo bidirezionale globale-locale, quindi *g-locale*, individua strategie di sopravvivenza nell'intricato inestricabile che è venuto ad instaurarsi, proprio in opposizione al *mainstream* che si esprime nella volontà politica di chi governa le attuali dinamiche economiche della cosiddetta grande “crisi finanziaria” che penalizzano questo settore, tra produzione culturale e sviluppo territoriale. È un dato assodato e dimostrato che solo i luoghi in cui si genera cultura sono in condizione di evolversi e di orientare con decisione la crescita delle comunità che li abitano. Ma perché ciò avvenga occorre che le istituzioni locali, talvolta rimpiazzando le politiche statali, facciano scelte coraggiose sostenendo investimenti non immediatamente rispondenti a quelle che appaiono le esigenze economiche indotte dal tempo storico e dalle condizioni di fatto. Come si legge nel *Libro Bianco sulla Creatività*, messo a punto dalla Commissione sulla Creatività e Produzione di Cultura in Italia (D.M. 30 Novembre 2007), presieduta da Walter Santagata:

Il modello italiano di creatività si fonda [...] sulle radicate nozioni di cultura e di territorio.

La creatività la ritroviamo nella nostra cultura, nel nostro territorio, nella qualità del nostro vivere quotidiano e dei nostri prodotti. Non è un fine in sé, ma un processo, un mezzo straordinario per produrre nuove idee. In questo senso creatività e cultura sono un pilastro della qualità sociale, intesa come un contesto di comunità libero, giusto, economicamente sviluppato, culturalmente vivo, e di alta qualità della vita¹⁰.

Innovazione e “alta qualità della vita” possono divenire nuove parole d'ordine per immaginare un “ordine nuovo”, sotto il profilo dello sviluppo non soltanto economico, ma soprattutto civile della società, perché la cultura resta un'esperienza emotiva fondamentale e fondante. E perché ciò accada vanno riannodati i fili della perduta relazione tra *estetica* ed *etica*, rivitalizzando quel nesso che, da una parte, ci permetta di ipotizzare stili di vita costruiti intorno all'equilibrio tra la “bellezza” e “la vita buona”, e dall'altra di sottoporre a severa critica quella contabilità negativa che intorno al di-

⁹ Si veda il recente numero monografico della rivista «Paradoxa» ANNO IV, n.4, Ottobre/Dicembre 2010, dedicato al *Valore Aggiunto Culturale*.

¹⁰ http://www.ufficiostudi.beniculturali.it/mibac/multimedia/UfficioStudi/documents/1262948122551_CAP_0_Indice,Autori_e_Premessa.pdf (p. XIII).

sprezzo della dimensione estetica, sia artificiale che naturale, dell'esistenza individuale e sociale ha prodotto immani disastri contemporanei come i quartieri e le periferie dell'emarginazione e dell'esclusione sociale, trasformando in orrore quotidiano la bruttezza e la disarmonia in cui i più svantaggiati sono costretti a vivere. Infatti, l'attuale eclissi dell'etica deriva in larga misura anche dall'irresponsabile noncuranza, quando non dalla vera e propria svalutazione che è stata attuata nei confronti del valore estetico di quanto ci circonda, tanto degli artefatti, quanto dei luoghi naturali.

In una dimensione "g-locale" lo sviluppo di un territorio può e deve essere guidato dall'incremento e dal progresso di tutte quelle forme organizzate che si prefiggono lo scopo di valorizzare la società della conoscenza, vale a dire di generare cultura e di diffondere saperi diversificati e plurali, segmenti di un'industria culturale locale (ma non localistica) che in quel territorio trovano il loro terreno di coltura. La crescita sostenibile di una località, di una regione, di un paese può essere garantita soltanto se essa procede armonizzandosi con il "naturale" sviluppo delle proprie intrinseche "vocazioni" culturali, che significa appunto con lo "spirito" del territorio, con l'"anima" dei luoghi, senza tuttavia negare quell'aspirazione al "globale" che è la cifra epocale del tempo presente. Anzi, come si vedrà, soltanto l'ipotesi che riconosce la massiccia rilevanza fenomenica ed il significato cognitivo dell'intreccio fra le due dimensioni continua a risultare la più convincente agli occhi degli scienziati sociali e dei cultori delle *Kulturwissenschaften*.

2. Nuove rilevanze, intrecci germinali (B. H.)

Nella cosiddetta cultura globale di massa, in misura nettamente più accentuata che nel recente passato, che possiamo indicativamente far coincidere con i primi due lustri del secolo "breve", i simboli e le rappresentazioni sono e vengono percepiti quali strumenti e del pari quali oggetti della comunicazione mediata dal mercato degli *status symbols* e delle esperienze di vita (*Erlebnisse*) all'interno del cosiddetto *cultural capitalism*, di cui più avanti; in tale duplice veste, di mezzi e di merci sui generis (immateriali e a vocazione tendenzialmente planetaria), si configurano non da ultimo come armi sottili e suadenti, perché pervasivi ed efficaci nei più riposti recessi della sfera di costruzione del sé individuale e collettivo.

Se ciò può risultar convincente, il quadro è tuttavia in movimento. In condizioni di cambiamento costante, mutano pur se non radicalmente i contorni delle identità individuali e sociali, e con esse le operazioni simboliche in cui le modalità umane di stare al mondo vengono assimilate mentalmente da ciascun individuo. I cambiamenti sociali, politici, simbolici, includono non da ultimo il fatto che popolazioni provenienti da culture non solo antiche, ma anche culturalmente/simbolicamente competitive (in particolare, i paesi dell'estremo oriente), chiedano alle società occidentali non solo accesso in qualità di lavoratori ospiti, ma anche pieno riconoscimen-

to in quanto competitori a pieno titolo sullo scenario globale. Ciò implica accreditamento e apprendimento delle relative forme di vita e dimensioni simboliche corrispondenti. Punto di partenza è la presa d'atto cognitiva ed etica che siffatta diversità sia strutturale per le nostre società. Soltanto di conseguenza è possibile riconoscere alle visioni simbolico-culturali di base il significato adeguato, di componente imprescindibile del senso di sé degli individui. Uomini e donne sono esseri umani, cittadini/e non da ultimo attraverso il filtro e le lenti culturali delle aggregazioni primarie in cui sono stati socializzati/e. In questo senso, sono da rivedere le presunte certezze disciplinari, entro le scienze che si occupano oggi del tema della convivenza e dell'interazione simbolica di gruppi differenti all'interno di una medesima società, la cui dimensione è invece a geometria variabile, e con spiccati scarti temporali rispetto alle modalità di apprendimento e di diffusione, a seconda dei codici simbolici, e dei costi di accesso, necessari ad apprendere i primi, come una revisione della teoria dei giochi linguistici, e per altri versi, la categoria di *Homo Ludens* di Huizinga e la teoria del dono, da Mauss a Caillé, ci potranno indicare in conclusione.

Il punto di vista simbolico, rispetto ai processi di interconnessione globale, è particolarmente invasivo perché immateriale e penetrante; per tal motivo, va posto in luce e impiegato con cura, come chiave di lettura o indicatore *mainstream* rispetto a ogni fenomeno o aspetto particolare, contrariamente alla vulgata funzionalistica e obiettivistica, che nonostante la devastante crisi finanziaria in atto, non è stata scalzata nelle sue fondamenta dagli scienziati e dai ricercatori della scienza fondamentale, ossia delle prospettive metodiche in auge. Pertanto, l'uso di categorie ibride, e di figurazioni metaforiche inedite, risulta sempre più necessario; se applichiamo la dimensione volumetrica alla diffrazione, trasformiamo in una visione tridimensionale e non univocamente luminosa il fenomeno della scomposizione della luce derivante dall'impatto del flusso con ostacoli esterni. Ciò che ne risulta è un flusso composito e striato di fasci di energia rivolti a direzioni differenti, potenzialmente reattivi agli ostacoli ma con effetti imprevedibili, e senza un piano preciso o un focus predeterminato a cui mirare. Quanto precede parrebbe sostenere chi dice oggi che l'interesse esclusivo per gli aspetti economici della globalizzazione sia ampiamente messo in discussione; nonostante la parvenza e le mode, molta strada va ancora percorsa. Perfino il tentativo di Jeremy Rifkin, di tradurre la *Zeitdiagnose* in un linguaggio integrato fra *cultural global studies* e teoria socio-economica mostra la corda a dieci anni di distanza dalla sua prima formulazione. Ricordiamo la definizione di ciò che è stato chiamato era dell'accesso, in cui la nuova versione del capitalismo avrebbe preso campo¹¹; il *cultural capitalism* avrebbe realizzato, configurandosi come un *novum* rispetto al modello “classico”, il passaggio dai mercati di cose alle connessioni in rete. Tale passaggio, peraltro, ha mostrato di avere potenzialità innovative e “destabilizzanti” sul

¹¹ J. Rifkin, *L'età dell'accesso: la rivoluzione della new economy*, Mondadori, Milano 2001.

piano politico, come le insurrezioni della vera o presunta Primavera Araba stanno mostrando, non soltanto dunque su quello del consumo e della fruizione di *standards* di vita pre-confezionati e provenienti dai centri imprenditoriali e di marketing deputati alla ideazione e alla diffusione globale dei “prodotti di culto”. Ciò detto:

- si configurerebbero pertanto inedite relazioni che producono fidelizzazioni commercializzate dei clienti alle imprese globali (transnazionali);
- avrebbe luogo la progressiva smaterializzazione della proprietà, degli spazi, dei confini fra beni, un tempo identificabili con oggetti materiali in successione discreta, distinti gli uni dagli altri;
- in concomitanza dei due precedenti fattori socio-economici vi sarebbe la decontestualizzazione dei tempi di vita e di percezione già favorita, potenziata e amplificata dalla irrefrenabile rivoluzione cibernetica, in atto già da quattro decenni;
- tramite questa, le connessioni multiple e continue per mezzo di terminali tra informazioni, tecnologie digitali e posizionamenti umani, ossia fra situazioni localizzate e relazioni astratte di scambio economico, le dimensioni di socievolezza e la caratterizzazione del *self* si vengono a realizzare per milioni di individui in forme commercializzate ed esoneranti (*leasing*, affitti, locazioni, *risks sharing*, multiproprietà, *outsourcing*, *hosteling*);
- le prestazioni da parte delle imprese (un tempo produttrici di beni) sarebbero trasmutate in forniture di servizi, mentre in parallelo i consumi da parte dei clienti (un tempo acquirenti di beni) sarebbero utenze, all’insegna di una generalizzata partecipazione a pagamento alla cultura/e intesa come *Erlebnisse* (esperienze vissute) esotiche o ambite per ragioni di status sociale.

In quanto sommariamente descritto risiederebbe la vera o presunta metamorfosi da produzione industriale al già evocato capitalismo culturale. La formula indica l’omologazione commercializzata delle forme di vita e delle esperienze vissute, mercificazione e diffusione planetaria degli stili di vita delle società ricche (nordamericane), ma anche delle forme di vita locali che divengono esperienze ambite ad alto valore commerciale per “turisti utenti-culturali” in grado di accedere, anche tramite dispositivi virtuali o informatici sempre più sofisticati, al lusso dell’avventura o dell’ambiente incontaminato o del rito tribale autentico. La recente diffusione di narrazioni agiografiche intorno a figure di rilievo, recentemente scomparse, che sono state decisive nella creazione di oggetti capaci di dilatare la dimensione esperienziale e cognitiva degli utenti, va in questa direzione. In questo orizzonte andrebbe ripensata per Rifkin la competizione e la competitività degli *attori economici* e dei fruitori attivi o passivi, individuali e collettivi, delle prestazioni dei primi.

Non sfugge l’attrattività e la potenzialità interdisciplinare del precedente modello in primis grazie alla sua capacità di render conto di alcuni reali cambiamenti negli stili di vita della tipologia standard dei consumatori –na-

vigatori virtuali, niente affatto passivi *internet addicts*, ma capaci piuttosto di progressiva rilevanza sociale e politica. Tuttavia, la globalizzazione non solo non è primariamente riconducibile alla sfera economica, ma neppure al vocabolario esplicativo della scienza triste, pur se come nel caso di Rifkin sapientemente contaminato da una sensibilità per i mutamenti socio-culturali contemporanei. Le scienze del *marketing* pur essendo le più disponibili e reattive rispetto alle esigenze di traduzioni interdisciplinari e di arricchimento simbolico continuano a restare marginali o alla superficie dei fenomeni reali, che sono sovente asimmetrici, conflittuali, irriducibili al modello del *bargaining* o del *trade off*, ottimisticamente orientato al principio della possibilità della composizione di interessi materiali. Si ricordi che la definizione economica di globalizzazione, almeno finora dominante, non recepisce né include (forse soltanto con la precedente eccezione) gli effetti politici e sociali del mercato finanziario internazionale, evitando finora di sottoporre ad un vaglio riflessivo i mutamenti indotti dalle crisi in corso nelle società dell'Occidente, europeo in particolare. Sono infatti tali compagnie i dispositivi istituzionali più esposti alle trasformazioni in senso sempre più esclusivo e parrocchiale della cornice giuridica garantistica; queste trasformazioni sono indotte non soltanto dai flussi migratori, ma anche da quelli finanziari, in particolare dalle tempeste nelle Borse mondiali, e nelle compagnie nazionali, indotte dai verdetti delle *rating agencies*, che sono organismi tecnocratici privi di qualsivoglia investitura e legittimazione democratica, o addirittura politica. I contraccolpi devastanti della crisi economica globale hanno svegliato dolorosamente le coscienze e le istituzioni di ogni tipo, ma non ancora prodotto ex parte scientiae un incremento di conoscenza, o un netto cambio di paradigma accreditato dal sapere dominante rispetto ai fenomeni globali. I codici di riconoscibilità di ciò che siano le culture non si dissolvono, né perdono rilevanza esistenziale, neppure in condizioni di crisi economico-finanziaria ad effetto destabilizzante rispetto alle cornici istituzionali in cui sono inserite.

In conseguenza, per accostarsi correttamente alla cultura e alle culture, non dobbiamo essere prevenuti/e, come chi teme di evocare con esse lo spettro degli “integralismi”; bisogna senz'altro tener conto della dimensione dell'appartenenza, purché la si intenda in modo adeguato.

a) Per definire la cultura/le culture sono rilevanti i gruppi umani, e la nozione d'identità di gruppo. In moltissimi casi esiste un “noi”, un'identità, un'aggregazione di individui che adotta, attraverso conflitti e mitigazioni dolorose e provvisorie dei primi, la prima persona plurale per definirsi, riconoscendosi in una serie di qualità comuni¹².

¹² B. Henry, “Coesistenza interculturale e mediazione dei conflitti identitari,” in S. Gianfaldoni (a cura di), *Esperimenti interculturali. Prove d'autore*, Plus, Pisa 2011; Id., “Identità minoranze e simboli cross-border” in A. Carnevale, I. Strazzeri (a cura di.), *Lotte, riconoscimento, diritti*, Morlacchi, Perugia 2011, pp. 273-90; H. Friese (a cura di), *Identities*, Bergahn Books, New York-Oxford 2002.

b) Le culture non sono sostanze, monoliti impenetrabili, non sono cose che si possiedono, o entità da cui siamo posseduti/e, ma sono *routines*, pratiche condivise, insieme di giochi giocati, in cui resta centrale la dimensione strategica e competitiva, sfondo mobile di riferimento per le azioni dei soggetti (uomini e donne) coinvolti negli interscambi culturali. Perciò è necessario saper giocare e imparare è gravoso e costoso. Non sempre ci si riesce. Sovente è necessario che il diritto, costituzionale in particolare, garantisca e tuteli l'eguale pretesa al riconoscimento avanzata dai componenti delle singole culture¹³.

Ciò premesso, il modello del linguaggio di Wittgenstein, se visto in chiave di rapporti strategici fra gruppi, di antica e di nuova provenienza rispetto ad un dominio territoriale dato, ben rappresenta l'idea del rapporto fra identità, appartenenza e cultura: dobbiamo stare al gioco (esser dentro il linguaggio, nelle pratiche elementari d'interscambio) per poter giocare, e vi stiamo senza sforzo eccessivo se nel gioco siamo nati e cresciuti. Per allargare la cerchia dei giocatori, occorrono analoghi processi e condizioni di socializzazione primaria, di apprendimento in corso d'opera. Ciò non significa una chiusura di principio, semmai un invito a prestare attenzione alle condizioni e ai tempi indispensabili per un accesso alle culture, da parte di individui provenienti dall'esterno di esse, che sia diffuso ed effettivo.

In questo ambito, e per motivi diversi, connessi agli aspetti della gratuità supererogatoria tipica del gioco, la teoria elaborata da Huizinga giova a definire con maggior precisione gli spazi di intervento per una nuova politica delle culture, che si voglia efficace su scala globale. L'equilibrio, tutto da costruire, fra la dimensione strategica (inscindibile dall'onere dell'apprendimento del gioco linguistico per i non-nativi) e la dimensione gratuita dello spazio ludico è il terreno della sfida decisiva per la sostenibilità e il rilancio delle culture in prospettiva proattiva, costruttiva e critica.

3. Costruire un'alleanza tra economia, estetica ed etica (F. R. R. L.)

«La cultura sorge in forma ludica, la cultura è dapprima giocata [...]. Ciò non significa che il gioco muta e si converte in cultura, ma piuttosto che la cultura, nelle sue fasi originarie, porta il carattere di un gioco, viene rappresentata in forme e stati d'animo ludici [...]. La relazione fra cultura e gioco è da ricercarsi soprattutto nelle forme superiori del gioco sociale, là dove esiste l'azione ordinata di un gruppo o d'una società»¹⁴.

Vorremmo ora provare, percorrendo la strada indicata dall'antropologia ludica di Huizinga contenuta in *Homo ludens*, a "considerare la cultura *sub specie ludi*" e ad applicare lo schema maussiano del dono alla creatività che si esplica nelle forme culturali. D'altra parte, lo stesso Huizinga fa espli-

¹³ B. Henry, "Multikulturalismus, Verfassung und Nutzwert der Rechte", in D. Grimm, F. Longato, C. Mongardini, G. Vogt-Spira (Hg.), *Verfassung in Vergangenheit und Zukunft*, Stuttgart 2011, pp. 65-70.

¹⁴ J. Huizinga, *Homo ludens*, trad. it. Einaudi, Torino 1972, pp. 55-56.

citamente e frequentemente riferimento alle ricerche di Marcel Mauss per sostenere la propria teoria “allargata” del gioco.

Caillé ci mostra chiaramente che come il dono, il «gioco si dà solo al di là dell’interesse per sé e per altri, e al di là dell’obbligo. L’essenza del gioco risiede nel margine di gioco, quella scintilla di libertà e di inventività così preziosa che esso consente talvolta di accendere e che fa sì che il gioco, e forse soltanto il gioco, possa essere un fine in sé: comunque, il modello di tutto ciò che è un fine in sé. Si gioca per giocare. Si crea per creare. Si agisce per agire. Per questa ragione, come mostra Huizinga, il gioco è la matrice di ogni invenzione culturale»¹⁵.

Dall’assoluta gratuità del gioco come spazio autonomo e relazionale di libertà e creatività possiamo derivare anche un’idea della cultura e dei suoi prodotti come dono, che nel caso specifico, dando *chance* espressive alle più svariate forme di creatività, innesca anche qui il circolo virtuoso che connota il dono, e che si esplica nello scambio e nella reciprocità, e di conseguenza in una dinamica di riconoscimento che è essenziale per la sopravvivenza sia degli individui che delle stesse culture.

In un certo senso, si tratta di operare perché l’*homo ludens* possa acquisire più spazio in una società dominata dal modello antropologico dell’*homo oeconomicus*, di allargare l’ambito del suo agire concepito come individualmente in controtendenza rispetto all’agire motivato dall’utile e dall’interesse, che prevale nello spazio pubblico-sociale contemporaneo.

L’effetto sorprendente dell’agire creativo-culturale è la sua ricaduta controfattuale in termini di redditività: la creatività soprattutto in campo umanistico, o quella equivalente che si esprime attraverso le forme artistiche, rappresenta forse l’unico ambito in cui l’azione disinteressata e libera – il dono rappresentato dall’opera d’arte o dalle espressioni del libero pensiero – produce effetti di ricchezza, oltre che benessere morale e materiale. Si tratta di un settore in cui, in versioni perfino paradossali, possono venire a ridisegnarsi secondo schemi del tutto innovativi le relazioni tra cultura ed economia e in cui la prospettiva della globalizzazione, sempre più connotata dall’accelerazione dei processi di incontro, contaminazione, ibridazione delle appartenenze e delle identità culturali, incide profondamente sulle possibilità di sviluppo di determinate aree o territori.

Naturalmente, anche il concetto di sviluppo va sottoposto a critica e revisione, esso non coincide più col modello dell’industrializzazione pesante, né con la fabbrica fordista fondata su una divisione del lavoro rigidamente strutturata, per di più foriera di effetti perversi e devastanti in termini di inquinamento dell’ambiente naturale circostante a causa dell’alto e incontrollato consumo energetico. Questo paradigma “sviluppista” – basato sull’illusione che le forze produttive naturali e sociali siano illimitate e possano essere sfruttate all’infinito – va cedendo il posto ad una cultura del “limite” e della responsabilità, anche nel senso del principio-responsabilità di Jonas,

¹⁵ A. Caillé, *Critica dell’uomo economico*, Il nuovo melangolo, Genova 2009, p. 103.

rivolto alle generazioni future. Vale a dire, si va affermando la consapevolezza che le risorse – di qualsiasi tipo – sono ridotte e scarse e che è indispensabile promuovere uno sviluppo sostenibile, modelli di crescita ecologicamente compatibili, rispettosi non solo degli equilibri dell'ecosistema, ma anche del paesaggio naturale e culturale dei territori.

Questa è una questione politica, ma anche squisitamente culturale, poiché il progresso sociale e l'innovazione possono essere garantiti soltanto da una valorizzazione del nesso, ormai inestricabile, tra produzione culturale e sviluppo territoriale: solo i luoghi in cui si crea e si promuove cultura e conoscenza diffusa – e soprattutto dove ciò viene reso possibile grazie al sostegno delle istituzioni e delle politiche statali e locali – sono in condizione di evolversi e di orientare con decisione la crescita consapevole e mirata delle comunità che li abitano, mettendo all'opera e in opera il VAC, "valore aggiunto culturale"¹⁶.

Ora, se è fuor di dubbio che l'equazione sviluppo economico uguale sviluppo sociale si è ampiamente dimostrata falsa ed ingannevole, è ancor più urgente, come da tempo sostiene Luciano Gallino, che la società smetta di subire il predominio dell'economia.

Proprio il tema della ricerca di un'"alta qualità della vita" consente di riannodare i fili della perduta relazione tra estetica ed etica, tale che permetta di ipotizzare stili di vita costruiti intorno all'equilibrio tra la "bellezza" e "la vita buona", ma anche di sottoporre a severa critica quella contabilità negativa che intorno al disprezzo della dimensione estetica, artificiale e naturale, dell'esistenza individuale e sociale ha prodotto immani disastri contemporanei come i quartieri e le periferie dell'emarginazione e dell'esclusione sociale, trasformando in orrore quotidiano la bruttezza e la disarmonia in cui i più svantaggiati sono costretti a vivere.

L'eclissi dell'etica deriva spesso anche dall'irresponsabile noncuranza, quando non dal vero e proprio deturpamento, nei confronti del valore estetico di quanto ci circonda, sia degli artefatti sia dei luoghi naturali.

L'interrelazione tra economia, estetica ed etica legittima alcune fondamentali domande filosofiche intorno a queste questioni. Obbliga soprattutto a ripensare radicalmente la cultura come motore dello sviluppo e di avviare una metariflessione sul senso dei saperi e sui prodotti materiali e simbolici che essi veicolano, con la consapevolezza della loro natura di "merce" e dell'esistenza di un "mercato" che ne regola la produzione e la distribuzione.

Qui si pone la questione della "crescita" che ha tuttavia sfumature eterogenee, poiché nelle società multiculturali, multietniche e multireligiose sempre più diffuse nel mondo contemporaneo le diversità culturali che rifuggono la chiusura della trappola identitaria e si dispongono al meticcio e all'apertura cognitiva verso le altre diversità possono dare luogo a forme nuove di produzione creativa di cultura, che nelle sue più differenziate e

¹⁶ Cfr. «Paradoxa» ANNO IV, n. 4, Ottobre/Dicembre 2010, cit.

multiformi espressioni ha la potenzialità reale d’innescare un “circolo virtuoso” tra l’evoluzione culturale di un territorio e la sua valorizzazione in termini di sviluppo economico.

Una nuova ricchezza non solo culturale ma anche economica può scaturire dal fatto che sempre più oggi *le culture sono culture di frontiera*¹⁷, secondo l’espressione di Canclini, vale a dire si muovono in un interscambio incessante che coinvolge arti, cinema, musica, gastronomia, artigianato, servizi, beni fisici e simbolici. In questo modo le comunità culturali perdono il loro ancoraggio esclusivo e identitario col luogo di appartenenza per attingere una dimensione transnazionale di comunicazione, di interazione e di conoscenza interculturale. Questo trend non cancella i territori, ma li riconfigura nello spazio e nel tempo come nodi specifici della grande rete dell’interdipendenza: al movimento della de-territorializzazione corrisponde quello complementare della ri-territorializzazione. E qui l’innesto tra globale e locale comporta il conflitto tra due processi che si contendono il primato. Da una parte, il dominio omologante delle grandi multinazionali della comunicazione, della conoscenza e del divertimento che producono ciò che Canclini ha definito «globalizzazione dell’immaginario». Dall’altra, il radicamento nel locale attraverso il suo aprirsi alla logica del mercato con quei prodotti materiali e immateriali dotati di un valore d’uso e di un valore simbolico propri.

Da questa dialettica globale/locale che investe le società multiculturali, tuttavia, può avere origine una sorta di *Welfare culturale* soltanto se questi processi li si governa, piuttosto che subirli o reagire ad essi con isteriche politiche securitarie o di chiusura antistorica.

In questo orizzonte problematico quale risposta, allora, alla *sfida dell’innovazione*? Torniamo per un attimo al dono, e a Caillé: «La scommessa sulla quale si basa il paradigma del dono è che il dono costituisca il performatore per eccellenza delle alleanze. Ciò che le suggella, le simboleggia, le garantisce e le rende vive [...] È donando che ci si dichiara concretamente pronti a giocare il gioco dell’associazione e dell’alleanza».

È pura utopia pensare ad un nuovo modello di “sviluppo” innovativo e consapevole in cui, attraverso la cultura intesa come dono di sé, attività ludica disinteressata, libero esercizio creativo, giochi un ruolo decisivo l’associazione tra benessere, bellezza e bene. O, detto altrimenti, è impensabile che sia la cultura la performatrice di un’alleanza tra economia, estetica ed etica? Purché le culture non vengano pensate al di fuori del rapporto con lo spazio¹⁸, oltre che con il tempo (attivo nella forma della memoria e della progettualità dei singoli e dei gruppi).

¹⁷ Canclini N. G., *Culture ibride. Strategie per entrare e uscire dalla modernità*, trad. it. Guerini e associati, Milano 1998, p. 261.

¹⁸ S. Elden, “Missing the Point: Globalisation, Deterritorialisation and the Space of the World”, in «Transactions of the Institute of British Geographers», vol. 30, n. 1, 2005, pp. 8-19. Id., *Terror and Territory. The Spatial Extent of Sovereignty*, University of Minnesota Press, Minneapolis 2009.

4. Alcuni segni provvisori (B. H.)

La strada precedentemente indicata può divenire un cammino agevole e finalizzato al proprio obiettivo, quello di intrecciare di nuovo i nessi fra globale e locale nella prospettiva di una emancipazione non omologante delle differenze culturali. Occorre accettare che le identità culturali siano *imbrications*, come insegna la geografia sociale francese, ovvero tessuti complicati di costruzione socio-culturale degli spazi/contesti. Le culture non sono affatto da demonizzare, costruiscono gli spazi anche nell'età della globalizzazione. Questa "parola" va intesa in una specifica accezione, come insieme di processi d'interdipendenza economica e di stratificazione sociale e politica. Tali processi hanno luogo su scala planetaria, e si manifestano nell'intensificazione diseguale dei movimenti tra paesi di beni, servizi, immagini, idee, tecnologie, capitali, lavoratori, investimenti diretti. I flussi, a loro volta, sono eterogenei e divergono soprattutto per la diversissima combinazione di aspetti immateriali e materiali. Ciò è la premessa per dire che i luoghi e i contesti di ogni tipo (biografie, periodi di residenza, competenze individuali, preferenze, assetti e condizioni di lavoro, climi e stili di leadership, miti aziendali, modalità di gestione delle relazioni intergenerazionali) sono parte integrante delle culture e dentro le stesse imprese votate alla missione della internazionalizzazione culturale. Questo è vero anche nella fase attuale di globalizzazione dei mezzi, delle procedure, delle tecnologie, dei simboli necessari all'accesso, alla generalizzata connessione alle reti di cui sovente si parla. Non è quindi certo che vi sia una riproduzione omogenea e standardizzata dei punti di vista globali da parte dei soggetti individuali e sovraindividuali. I flussi globali si svolgono dentro una realtà a più livelli cui meglio si attaglia un'immagine volumetrica, frattale, prismatica del mondo. Il prisma richiama le molteplicità delle prospettive, dei luoghi, delle visuali¹⁹. Se diviene innegabile l'esistenza di un "serbatoio globale" da cui poter attingere una pluralità di tali messaggi e che consente un accesso convergente da più punti del sistema globale (come indica il concetto di globalità di Ulrich Beck²⁰), non è detto che la ricezione sia uniforme, cioè non è detto che i soggetti individuali e sovraindividuali (identità di gruppo) dislocati nell'intero pianeta interpretino il mondo in modo omogeneo, standardizzato.

La tendenza all'omogeneità è soltanto presunta. Attraverso sconessioni e discrasie imposte dai luoghi, i flussi globali (merci, capitali, tecnologie, persone, immagini, idee) si snodano di frequente con pesanti tributi alle particolarità, feconde di varianti e di novità²¹.

¹⁹ M. Featherstone (a cura di), *Cultura globale. Nazionalismo, globalizzazione e modernità*, Edizioni Seam, Roma 1996.

²⁰ U. Beck, *Che cos'è la globalizzazione. Rischi e prospettive della società planetaria*, Carocci, Roma 1999.

²¹ E. Batini, R. Ragonieri (a cura di), *Culture e conflitti nella globalizzazione*, Olschki, Firenze 2002; A. Appadurai, *Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalization*, University of

Se quindi convenissimo che le culture non sono essenze che ci determinano, né cose che possediamo potremmo sfatare sia il mito olistico dell'appartenenza culturale come quello meramente individualistico del consumatore culturale globale, che si costruisce una cultura alla carta, o una *pacthwork-identity* di post-moderna memoria. Si tratta infatti di pratiche condivise, di consuetudini apprese, di strutture dinamiche che regolano l'interscambio culturale dei soggetti. Come già detto, tramite la teoria del linguaggio di Wittgenstein possiamo provare a dare forma all'idea di relazione tra identità, appartenenze, culture a cui stiamo qui pensando: in quanto soggetti dentro una prassi dobbiamo prendere parte a essa come se fosse un gioco, anzi quando giochiamo, “siamo” parte del gioco stesso. Il punto è che affinché possa essere giocato da tutti/e, senza discriminazioni, dovrebbero esserne diffuse, e garantite, le regole, le quali dunque non dovrebbero essere ristrette a coloro che di quel gioco ne hanno fatto sempre parte.